



Jean-Philippe Accart (dir.)

## **Communiquer ! Les bibliothécaires, les décideurs et les journalistes**

Presses de l'enssib

---

### 3. Être prêt pour l'action : les bibliothèques départementales de prêt

Corinne Sonnier

---

DOI : 10.4000/books.pressenssib.374

Éditeur : Presses de l'enssib

Lieu d'édition : Presses de l'enssib

Année d'édition : 2010

Date de mise en ligne : 4 avril 2017

Collection : La Boîte à outils

ISBN électronique : 9782375460306



<http://books.openedition.org>

#### **Référence électronique**

SONNIER, Corinne. 3. *Être prêt pour l'action : les bibliothèques départementales de prêt* In : *Communiquer ! Les bibliothécaires, les décideurs et les journalistes* [en ligne]. Villeurbanne : Presses de l'enssib, 2010 (généré le 01 février 2021). Disponible sur Internet : <<http://books.openedition.org/pressenssib/374>>. ISBN : 9782375460306. DOI : <https://doi.org/10.4000/books.pressenssib.374>.

---

## ÊTRE PRÊT POUR L'ACTION : LES BIBLIOTHÈQUES DÉPARTEMENTALES DE PRÊT

*par Corinne Sonnier*

« Actrices de terrain » par définition, les bibliothèques départementales de prêt (BDP) cultivent un art de la relation quasi quotidienne avec les bibliothèques dont elles sont partenaires. Cette forte tradition de soutien dans l'ombre rend leur travail discret, et malheureusement souvent mal connu de leurs élus. Elles jouent pourtant un rôle considérable dans l'aménagement culturel des départements, et ont, de ce fait, fort à gagner à rendre compte de leurs actions auprès de leurs tutelles. Les conseils généraux sont particulièrement volontaristes en matière de politiques de développement local mais ils méconnaissent quelquefois l'impact des actions de leur BDP. Par ailleurs, alors que s'ouvre une période où chaque service doit rendre des comptes pour légitimer son bien-fondé, la communication auprès des tutelles devra occuper vraisemblablement une place croissante dans l'activité des services.

### DES COMMUNICATIONS POUR DES TUTELLES

+++++

La complexité première des démarches de communication des BDP tient à la diversité de leurs cibles, les modalités de communication doivent être adaptées à des destinataires variés, dont les attentes ou les intérêts ne sont pas forcément convergents.

Il convient de rappeler, sans aller plus avant puisque nous limiterons notre propos à la communication auprès des tutelles, la multiplicité de l'organisation des BDP en matière d'accueil du public. En effet, une BDP, en fonction de ses stratégies de développement, peut être amenée à communiquer directement auprès du grand public (dans des mesures très variées selon que la BDP remplit des missions de bibliothèque publique ou qu'elle concentre ses missions sur le soutien aux équipements de lecture publique), mais également auprès de ses partenaires institutionnels (maires, présidents de communautés de communes, bibliothécaires...). À l'instar

de toute démarche de communication, l'établissement devra avant tout définir ses cibles de communication, et se doter d'outils adaptés au regard des objectifs.

## COMMUNIQUER AU SEIN DE LA COLLECTIVITÉ

+++++

Une action de communication auprès des tutelles aura vraisemblablement d'autant plus d'impact qu'elle s'inscrira dans la démarche globale d'une collectivité territoriale.

Un préalable est donc la concertation et la validation des objectifs avec les personnels affectés à ces missions au sein de la collectivité (service ou responsable de la communication). « Faire savoir » et « faire comprendre » sont deux démarches nécessaires à la compréhension, au sens étymologique, des missions des BDP par les élus. Bien les connaître, c'est bien connaître leur impact en matière d'aménagement culturel du territoire, ainsi que leur offre de services à la population.

Les BDP font partie des services des conseils généraux en prise directe et régulière avec les maires des communes (et/ou les présidents de communautés de communes) ou les adjoints à la culture. Elles apportent un important soutien lors des portages de projet pour les élus, elles cultivent la proximité avec les partenaires de leur réseau.

Mais cette activité, qui occupe une part croissante, est bien souvent sous-évaluée, sous communiquée, et de fait, méconnue ou non reconnue à la hauteur de l'investissement consenti par les équipes.

## LA CLÉ DE VOÛTE : LE SCHÉMA DÉPARTEMENTAL DE DÉVELOPPEMENT DE LA LECTURE PUBLIQUE

Les politiques de lecture publique des conseils généraux se trouvent inscrites dans des *plans départementaux* : ces schémas directeurs définissent les axes stratégiques de développement, déclinent les missions et les actions à mettre en œuvre. Ils sont validés par l'Assemblée départementale, lors d'une séance ordinaire, ou à l'occasion d'une séance extraordinaire.

La démarche même d'élaboration d'un schéma départemental est à la fois source et aboutissement d'actions de communication. En pratique, ce type de concertation avec les tutelles, qu'elles soient administratives ou politiques, débute par un travail d'état des lieux, qui pourra faire l'objet d'une présentation aux élus (au sein de la commission de la culture par exemple).

À l'évidence, l'élaboration d'un schéma départemental est une opportunité importante pour la BDP de rappeler ses missions, de présenter les objectifs atteints, de rendre compte du développement des équipements.

Le nécessaire comité de suivi de la mise en œuvre du schéma sera, tout au long de l'année, un espace consultatif entre les élus et l'équipe de la BDP. On peut souligner le fait que les réunions de travail des comités de suivi présentent l'intérêt, outre celui du contenu traité, de créer un espace d'échange entre élus et techniciens, très propice à une bonne prise en compte des attentes et des contraintes de chacun.

La séance d'approbation d'un schéma d'orientation est également une démarche de communication en soi. Contrairement à la séance de présentation des rapports d'activité (souvent dense du fait des multiples compétences des conseils généraux et qui laisse rarement la place nécessaire aux échanges), le vote d'un schéma départemental se veut un temps de débat privilégié entre les élus.

Il succédera aux réunions de commissions : leur configuration plus restreinte est là aussi un espace d'information adapté.

La démarche elle-même propose donc des canaux d'information et de communication non négligeables. En outre, les orientations validées comprendront vraisemblablement la politique de communication de la BDP. On rappellera de ce fait la nécessité de s'appuyer sur les compétences internes à la collectivité en matière de communication. L'intérêt d'associer un cabinet extérieur de communication aux phases d'élaboration d'un schéma peut également être évoqué. Missionné pour accompagner la BDP dans la création de sa démarche de communication auprès du public ou

de ses partenaires, il la soutiendra également pour rendre son discours le plus intelligible auprès des élus ou des partenaires.

Étape majeure de définition de la politique de développement de la lecture publique, un schéma départemental est un vecteur de communication tout à fait adapté pour les BDP.

### **LE RAPPORT AUX TERRITOIRES COMME CANAL D'INFORMATION AUX CONSEILLERS GÉNÉRAUX**

Les BDP cultivent de longue date une pratique de l'évaluation. Elles disposent d'importantes données statistiques collectées pour chacune des bibliothèques de leur réseau. Cependant, passer de la collecte des données à leur valorisation est un exercice qui peut se révéler complexe.

Les conseillers généraux doivent en effet disposer de deux séries d'informations, pour lesquelles l'établissement devra vraisemblablement mettre en place deux stratégies de communication différentes. En tant que membres de l'Assemblée délibérante, il convient de communiquer pour leur rendre compte de l'activité du service. En tant qu'élus d'un canton, il convient de leur rendre compte de la situation de la lecture publique sur leur territoire, et de l'impact des actions de la bibliothèque départementale...

### **LE LEVIER : LE DIAGNOSTIC TERRITORIAL**

Le diagnostic territorial peut s'appuyer sur les données statistiques collectées chaque année pour le ministère de la Culture. Il permet de dresser un état des lieux de l'offre de lecture publique à l'échelle d'une commune, d'une communauté de communes.

En matière de stratégie de développement, les personnels des BDP ont appris à rendre compte aux maires ou aux présidents de communauté de communes de ce type d'état des lieux :

- il rend compte des équipements existants, des données de fréquentation, des actions menées auprès des « publics empêchés ». Il dresse un état comparatif des données locales avec les données nationales

de fréquentation, de prêt ou des recommandations de la DRAC et/ou du Conseil général;

- il signale les équipements manquants, les nécessaires mises en cohérence des structures existantes.

Par une exploitation des données à l'échelle cantonale, le diagnostic territorial, levier indispensable d'aide à la décision pour les élus locaux, peut se révéler un outil performant de communication auprès des conseillers généraux.

### **LE RAPPORT D'ACTIVITÉ :**

#### **DE L'ART DE LA COMMUNICATION INSTITUTIONNELLE**

Les rapports d'activité ont ceci de compliqué qu'ils doivent se situer justement entre la forme imposée et les figures libres.

Un rapport d'activité est une étape administrative réglementaire dans les collectivités. Certaines données sont incontournables (telles que les données budgétaires). Néanmoins, entre le fond et la forme, penser au public ciblé permet là aussi de construire un objet de communication.

Les rapports d'activité d'une collectivité sont des documents denses, fort pourvus en données chiffrées, en inventaire d'actions réalisées.

Les bibliothèques départementales peuvent y tirer leur épingle du jeu.

### **SÉLECTIONNER POUR MIEUX MONTRER**

Un suivi précis d'indicateurs au cours de l'année permettra de sélectionner quelques données clés représentatives des axes stratégiques présents dans le schéma départemental. Un petit nombre d'indicateurs clairs et bien illustrés est plus pertinent qu'un inventaire de données chiffrées. Il pourra ainsi être choisi un indicateur par axe stratégique. Ces données seront particulièrement mises en valeur d'un point de vue graphique.

**Axes stratégiques et indicateurs, quelques exemples**

Une médiathèque à moins de 15 kilomètres

- Indicateur analysé = nombre d'habitants disposant d'une bibliothèque à moins de 15 km

Une médiathèque pour chaque communauté de communes

- nombre de bibliothèques de niveau 1/nombre de communautés de communes

Une offre de documents diversifiés dans chaque médiathèque

- nombre moyen de documents par support et par bibliothèque de niveau 1
- nombre de documents tous supports prêtés par la BDP

Des heures d'ouverture adaptées aux attentes des usagers

- nombre de bibliothèques ouvertes au moins 6 heures le samedi
- nombre de bibliothèques ouvertes le dimanche

Par ailleurs, outre les indicateurs retenus au regard des axes stratégiques, le rapport d'activité peut rendre compte, ponctuellement, de données rarement mises en valeur, mais représentatives de l'activité déployée tout au long de l'année par les personnels des BDP :

– **le nombre total de déplacements dans les bibliothèques**

L'accompagnement d'un projet de construction, par exemple, représente certaines années une charge importante pour les référents de territoire. Comptabiliser les heures consacrées à cette tâche, ou à défaut, le nombre de déplacements effectués au total sur une année génère des valeurs qui étonnent souvent les équipes elles-mêmes ;

– **le nombre total de manipulation de documents**

Héritières de la pratique institutionnalisée des formulaires statistiques, les bibliothèques ont tendance à mettre en valeur les prêts de documents effectués en une année. Cette donnée est importante en soi, mais elle rend compte des besoins documentaires (exprimés ou satisfaits) des emprunteurs, mais non réellement de l'activité du service. Pour une donnée réelle de la circulation des documents, il convient de computer

l'ensemble des manipulations enregistrées: prêts et retours (voire opérations de mise en transit).

### **ILLUSTRER POUR RENDRE COMPTE**

La forme imposée des rapports d'activité en fait des documents arides et finalement peu démonstratifs. Quelques visuels viendront appuyer judicieusement une donnée chiffrée: le public présent à une manifestation, les caisses de documents préparés pour un fonds de création d'une bibliothèque, les bacs chargés pour le départ d'une navette hebdomadaire de documents réservés... Là aussi, les personnels ont tendance à minimiser l'impact de leur travail quotidien. Le rapport d'activité peut permettre de « faire savoir » de façon agréable, tout en conservant les données attendues d'un point de vue administratif.

Ce type de rédaction permettra également de rendre compte à l'équipe de son travail. La valorisation d'un service au sein d'une collectivité est également un outil de management. Il donne du sens et légitime l'action de chacun au sein du service.

### **LA COMMUNICATION PAR L'ACTION**

+++++

#### **SE RENDRE VISIBLE**

Outre les canaux traditionnels ou systématiques (la communication par les diagnostics ou par les démarches d'élaboration des schémas départementaux), il convient de ne pas oublier que la communication passe également par la valorisation des actions du service.

Dans ses objectifs de fédération d'un réseau, la BDP a vocation à le rendre dynamique, repérable par les usagers ou non-usagers des bibliothèques. Les conseillers généraux font assurément partie de l'un ou de l'autre groupe.

Un réseau qui se rend visible auprès des administrés par ses actions culturelles par exemple, se rend également visible auprès des élus.



Ainsi, si les documents de communication des programmations culturelles se doivent d'être transmis en amont aux tutelles, il sera parallèlement nécessaire que cette campagne soit suffisamment efficace auprès du grand public pour que les tutelles soient également touchées par cette voie.

En complément des actions ponctuelles, la communication dite « permanente » au sens où elle s'inscrit dans la durée, contribue à rendre la BDP et son réseau visibles sur le territoire départemental, et repérables dans les actions de la collectivité.

La communication par Internet, première source d'information, est en cela capitale.

Un portail pratique, convivial et riche en contenus bien sélectionnés est l'outil de communication à privilégier (même si une attention particulière doit être portée à la communication pour les réseaux sociaux). Les BDP ont su faire de leurs sites Internet des centres de ressources pertinents pour leurs partenaires. L'accessibilité et l'intérêt de ces portails pour le public sont une question particulièrement complexe, parce que touchant à la question tout aussi complexe de la relation des BDP avec le « tout » public.

En matière de communication par les réseaux, on peut également attirer l'attention sur les espaces partagés ou extranet mis en place par les collectivités. Conscients de la diversité et de la densité des informations dont doivent disposer les élus, les collectivités mettent à la disposition de leurs partenaires des canaux de communication à ne pas négliger.

Cependant, la multiplicité de ces espaces qui imposent, pour être pertinents, des mises à jour récurrentes deviennent un casse-tête en matière de gestion des ressources humaines et d'évolution des pratiques professionnelles.

## **SE RENDRE LISIBLE**

Imprégnés de leur culture professionnelle, les personnels des BDP doivent chercher à se rendre compréhensibles de leurs tutelles. En pratique, des actions menées en transversalité dans les collectivités peuvent se révéler porteuses d'information et de création de relais de communication. Un

service financier ou juridique qui méconnaît les missions ou actions d'une BDP rencontrera des difficultés à prendre ses priorités en considération. Penser la communication en interne par des visites du service, par un accès aux collections (dématérialisées par exemple) ou l'envoi de lettre d'information contribue aisément à une meilleure compréhension mutuelle.

Se rendre lisible, c'est également et surtout se rendre compréhensible. C'est bannir le jargon bibliothéconomique dans tout document qui ne soit pas destiné à des professionnels de la lecture publique. À titre d'exemple, ce que recouvre réellement la notion de public desservi, tout particulièrement pour les BDP dont l'emprise territoriale est à géographie variable, est une notion qui n'est pas partagée par les élus.

Enfin, se rendre lisible, c'est être attentif au renouvellement des élus et des personnels des collectivités : les nouveaux conseillers généraux accèdent à leur mandat avec un degré de connaissance des missions des BDP relativement inégal. Communiquer autour des actions d'un service est donc un travail à remettre sans cesse sur le métier.

Être à l'écoute semble donc être l'étape première de toute démarche de communication des BDP, qu'elle soit à destination du public ou des tutelles.

Les BDP ont su adapter leurs méthodes de communication auprès des membres de leurs réseaux : les personnels ont créé les espaces nécessaires, qu'il s'agisse du site Internet centre de ressources, des nombreux temps d'échanges au cours des diverses « journées de la lecture publique » ou « rencontres des réseaux » et « réunions de secteur », des partages documentaires (coups de cœur, kiosques...). Les politiques de formation ont permis de mettre à jour les informations dont disposaient les bibliothécaires partenaires. Avant les lettres d'information dématérialisées, elles ont mis en place des comités de rédaction de bulletins d'informations.

Elles disposent donc de l'ensemble des compétences pour poursuivre l'application de ces stratégies à l'écoute et l'échange avec leurs tutelles.